

Приоритеты массмедиа и ценности профессии журналиста : материалы междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 17–18 мая 2018 г.). Екатеринбург, 2018. С. 90–92.

3. Петровская И. «Голубой Ургант» – попытка канала омолодиться [Электронный ресурс] // Эхо Москвы. 2019. URL: <https://echo.msk.ru/blog/partofair/2346893-echo/https://www.sostav.ru/publication/ot-pervogo-do-yandeksa-kak-i-chto-rossiyane-smotreli-v-novogodnyuyu-noch-35127.html> (дата обращения: 12.02.2019).
4. Новогодняя ночь на ТВ: Зашквар Урганта и вечная Лабу-да [Электронный ресурс] // LiveJournal. 2019. URL: <https://marena99.livejournal.com/6828587.html> (дата обращения: 12.02.2019).
5. От Первого до «Яндекса»: как и что россияне смотрели в новогоднюю ночь [Электронный ресурс] // Sostav. 2019. URL: <https://www.sostav.ru/publication/ot-pervogo-do-yandeksa-kak-i-chto-rossiyane-smotreli-v-novogodnyuyu-noch-35127.html> (дата обращения: 12.02.2019).
6. Первый канал сэкономил на новогоднем шоу. Ситуация хуже, чем в 90-х [Электронный ресурс] // АДИ19. 2019. URL: <http://adi19.ru/2019/01/03/pervyj-kanal-sekonomil-na-novogodnem-shou-situatsiya-huzhe-chem-v-90-h/> (дата обращения: 12.02.2019).

УДК 654.19:070.1 + 004.032.6:654.19

Журавлева А. А.
Челябинский государственный университет

ВИЗУАЛЬНОЕ РАДИО КАК ВАЖНЕЙШИЙ ТРЕНД В РАЗВИТИИ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО РАДИОВЕЩАНИЯ

Аннотация: В данной статье рассматривается такой ведущий тренд в сфере современного радиовещания, как визуальное радио. Это радио, которое можно смотреть на самых разных медиаплощадках – сайте радиостанции, ее канале на YouTube, в соцсетях. Автор статьи, в соответствии с новыми задачами, формируемыми визуализацией радиовещания, предлагает внести соответствующие коррективы и в образовательный процесс – подготовку будущих профессионалов радиоэфира на факультетах журналистики по программе бакалавриата.

Ключевые слова: *российское радиовещание, визуальное радио, визуализация, онлайн-радио, интернет-радио, цифровая среда, радиожурналист.*

Zhuravleva A. A.

VISUAL RADIO AS THE MOST IMPORTANT TREND IN THE DEVELOPMENT OF MODERN RUSSIAN BROADCASTING

Abstract: This article examines a leading trend in the field of modern broadcasting, such as visual radio, a radio that can be viewed on a variety of media platforms – radio station’s website, her YouTube channel, social media. The author of the article, in accordance with the new tasks formed by the visualization of broadcasting, proposes to make appropriate adjustments in the educational process – the training of future radio professionals in the faculties of journalism under the undergraduate program.

Keywords: *Russian broadcasting, visual radio, visualization, online radio, internet radio, digital environment, radio journalist.*

Новые границы отечественного радиовещания, начавшие прорисовываться 10 лет назад, сегодня прочно закрепились: зона активного присутствия и влияния радио на свою аудиторию переместилась в интернет – это собственно онлайн-радиостанции или интернет-радио, так называемое подкастинговое радио, персональный музыкальный аудиостриминг, группы и каналы радиостанций в разных социальных сетях, а также присутствие российских федеральных и региональных радиостанций в самых популярных в России мессенджерах – Viber, WhatsApp и Telegram, которые предоставляют своей аудитории возможности «отложенного прослушивания». В настоящее время FM-вещание в России пока остается востребованным, особенно для тех, кто находится за рулем [2], но его потенциал уже явно ограничен по сравнению с возможностями, которые предоставляет радиовещанию интернет.

Один из важнейших трендов в сфере современного радиовещания – развитие визуального радио, которое представляет собой видеотрансляцию эфира на самых разных медиаплощадках – сайте радиостанции, ее канале на YouTube, в социальных сетях. Крупные радиостанции уже установили «сложные комплексы с большими студиями, которые по оформлению и размерам близки к телевизионным» [1]. В то же время современные визуальные технологии,

оборудование и программное обеспечение позволяют обойтись без дополнительных сотрудников, и здесь заложены реальные возможности по визуализации практически любой радиостанции [Там же]. Первопроходцами визуального радиовещания в России являются «Эхо Москвы» (2007), «Голос России» (2011), «Весна FM» и «Спорт FM» (2012), «Вести FM» и «Маяк» (2014), «Европа Плюс» и «Модное радио» (2015) и др. Региональное радио также давно осваивает работу в режиме визуального радио. Самым первым опытом визуализации, например, челябинского радиозфира стали трансляции эфиров «Эха Москвы. Челябинск» на 31 телеканале в 2008 г. Сегодня самые активные региональные радиостанции ведут видеотрансляции, выкладывают видеозаписи эфиров и программ в социальных сетях.

Именно поэтому современному радиожурналисту необходимо освоить новые, не свойственные ранее этой профессии умения: основы работы тележурналиста, монтажера видеоконтента, телеоператора, режиссера. Теперь радиийщик должен уметь работать на камеру, постоянно помнить о том, что все происходящее в студии транслируется (или будет выложено в дальнейшем в форме визуального контента) на разные медиаплощадки, поэтому ему необходимо успевать уделять внимание той аудитории, которая смотрит радиоэфир. Радиожурналисту также необходимо овладеть компьютерными программами видеомонтажа, программами обработки фотографий (Adobe Premiere Pro, Vegas, Photoshop и др.). Лучшие фрагменты эфира, различные интервью, интересные беседы, фотографии, ток-шоу и другие радиопрограммы необходимо выкладывать на YouTube-канал радиостанции, в Instagram и другие социальные сети.

Тренд визуализации радиовещания и новая цифровая среда в целом требуют введения в процесс обучения радиожурналистов-бакалавров новых практикоориентированных спецкурсов, таких как «Визуальное радио» (отработка навыков одновременной работы в радио- и телеэфире и др.), «Подкастинговое радио: теория и практика», «Радиотекст и сетевой текст» (отработка навыков написания радиопрограмм и текстов для сайта радиостанции), а также расширения границ и корректировки названий уже существующих сегодня дисциплин для радиожурналистов: «Цифровая аудитория радио» или «Аудитория радио: оффлайн, онлайн, соцсети, мессенджеры» (вместо «Аудитории радио»), «Актуальные жанры и форматы мирового и российского радиорынка» (вместо «Жанров и форматов радиовещания») и др. Необходимо выстроить работу собственных учебных СМИ и интернет-площадок факультетов журналистики в соответствии

с теми новыми требованиями, которые предъявляют к выпускникам радиорынок, работодатели и интернет в целом. Например, учебная радиостанция любого факультета журналистики сегодня должна вести и развивать группы не менее чем в 4-5 социальных сетях («ВКонтакте», Instagram, Facebook, YouTube, «Одноклассниках»), работать в режиме визуального радио, записывать и выкладывать подкасты. Студенты должны заниматься визуализацией радиоэфира и собственных радиопрограмм в социальных сетях (YouTube, «ВКонтакте», Instagram). Кроме того, на наш взгляд, факультетам журналистики необходимо заключать договоры о прохождении студентами производственных практик только с теми радиостанциями, которые идут в ногу со временем и действительно многому могут научить будущего радиожурналиста: работе у микрофона в FM-эфире, работе в режиме визуализации эфира, навыкам SMM-специалиста, освоению полного цикла работы на сайте, практическим навыкам продюсирования радиопрограмм и т. д. Необходимо более активное привлечение к преподаванию спецкурсов по радиожурналистике на старших курсах действующих журналистов-практиков, работающих в самых разных радиоформатах (и разговорных, и музыкальных) с тем, чтобы передача столь необходимого практического опыта студентам проходила в соответствии с реальными запросами радиорынка и требованиями работодателей.

Визуальная составляющая контента радиостанции и письменная форма подачи информации на сайте и в социальных сетях формируют не свойственные ранее профессии радиожурналиста навыки: умение одновременно работать в радиостудии у микрофона и на телевизионную камеру; монтирование видеозаписей эфира и программ для сайта и групп радиостанции в соцсетях; отслеживание трендов визуализации информации в Сети; безупречное владение письменной речью; понимание основ печатной и интернет-журналистики; готовность к большому объему «письменной» работы, направленному на привлечение аудитории (на сайт и в группы в соцсетях); постоянный мониторинг трансформирующейся системы журналистских жанров в интернете и др. Цифровая среда вносит серьезные коррективы как в работу современного радиовещания, так и в набор базовых умений и навыков сегодняшнего радиожурналиста, список которых в последние годы увеличивается в геометрической прогрессии.

Литература

1. Бордюг К. Визуализация радио: ответ радио современным медиа-и аудиоресурсам [Электронный ресурс]. URL: <https://tvkinoradio.ru/article/article2756-vizualizaciya-radio-otvet-radio-sovremennim-media-i-audioresursam> (дата обращения: 12.03.2019).
2. Радиовещание в России в 2017 г. Состояние, тенденции и перспективы развития [Электронный ресурс] : отраслевой доклад // Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям : сайт. URL: http://onair.ru/main/enews/view_msg/NMID_70058/ (дата обращения 12.03.2019).

УДК 004.032.6:654.197 + 070.1:004.77

Зиновьев И. В.
Уральский федеральный университет

ЦИФРОВОЙ ВИДЕОАРХИВ В ИНТЕРНЕТЕ КАК ТЕЛЕПЕРЕДАЧА

Аннотация: В статье рассмотрен процесс превращения цифровых видеоархивов в каналы передачи видеоинформации. В этой связи цифровые видеоархивы можно представить как разновидность интернет-телевидения, наряду с IP-TV и онлайн-вещанием на веб-страницах. В статье подчеркнуто, что традиционное телевидение заметно проигрывает новым медиа в доставке и использовании видеоконтента.

Ключевые слова: *цифровой видеоархив, видеоконтент, интернет-журналистика, интернет-телевидение, традиционное телевидение, активность аудитории.*

Zinovyev I. V.

DIGITAL VIDEO ARCHIVE ON THE INTERNET AS A TELEVISION BROADCAST

Abstract: The article describes the process of transformation of digital video archives into video transmission channels. In this regard, digital video archives can be represented as a kind of internet television, along with IP-TV and online broadcasting on web pages. The article emphasizes that traditional television is noticeably losing to new media in the delivery and use of video content.